

Sectorul produselor de lux a stabilit noi recorduri în 2021

Companiile producatoare de bunuri de lux au stabilit noi recorduri de vânzari în 2021 si intentioneaza sa își mentina marjele de profit si în 2022, în pofida cresterii costurilor într-un context inflationist, care ar trebui sa conduca la majorari de preturi, informeaza AFP.

Gigantii luxului au anuntat rezultate pe 2021 care depasesc, uneori cu mult, performantele de dinaintea pandemiei, gratie dinamicii vânzarilor în Asia si SUA.

Numarul unul mondial în sectorul luxului, grupul francez LVMH, a depasit orice record cu o cifra de afaceri de 64 de miliarde de euro, cu 10 miliarde de euro mai mult decât în 2019, si un profit net de aproape 12 miliarde de euro, comparativ cu unul de 7,8 miliarde de euro în 2019.

Rivalul Kering (proprietarul marcilor Gucci, Yves Saint Laurent si Bottega Veneta) a depasit si el vânzarile de dinaintea pandemiei, cu o cifra de afaceri de 17,6 miliarde de euro si un profit net de 3,17 miliarde euro în 2021, în timp ce Hermes a ajuns la vânzari de noua miliarde de euro si un profit net de 2,44 miliarde de euro, cu aproape un miliard mai mare decât cel de dinaintea pandemiei.

Aceste rezultate financiare excelente nu îi uimesc pe analisti. În studiul sau anual, publicat în luna noiembrie 2021, firma de consultanta Bain and Company estima ca "piata produselor de lux personale ar putea ajunge la 360-380 miliarde de euro pâna în 2025, cu o crestere sustinuta de 6%-8% pe an".

Din acest motiv, producatorii de lux încep anul 2022 foarte încrezatori, în pofida restrictiilor sanitare si riscurilor inflationiste.

"Avem un avantaj în raport cu alte companii, acela de a putea dispune de o anumit flexibilitate când vine vorba de preturile noastre, deci în fata inflatiei avem mijloacele cu care sa reactionam", a subliniat directorul general de la grupul LVMH, Bernard Arnault cu prilejul publicarii rezultatelor anuale.

Flexibilitatea în materie de preturi "este una din principalele caracteristici ale industriei de lux" subliniaza si banca elvetiana UBS într-un raport publicat la începutul lunii februarie în care apreciaza ca în ultimii 20 de ani marile nume din industrie, precum Louis Vuitton (LVMH), au majorat preturile cu o medie de 2,5 ori peste rata inflatiei.

"În anumite cazuri, cererea depaseste oferta, ceea ce înseamna ca consumatorii vor cumpara si vor accepta sa plateasca preturi mai mari", explica si banca HSBC într-un raport din luna ianuarie în care da drept exemplu Rolex. Acest renumit producator de ceasuri de lux s-a abtinut sa majoreze preturile în ultimii ani dar a început 2022 cu o crestere medie de preturi de peste 3% si, pentru anumite modele, majorarile au ajuns pâna la 12%.

Atentie totusi la majorarile de preturi care pot frâna achiziitiile, avertizeaza Arnaud Cadart, manager de portofoliu la Flornoy. "Exista unele limite. O geanta de 1.000 de euro care mâine ajunge sa coste 1.200 de euro poate frâna cererea", sustine Arnaud Cadart.